

Studie- ordning

(Valgfagskatalog)

Markedsføringsøkonom

Forår 2025



Rasmus Frimodt, rektor

Bilag til Lokal studieordning for Markedsføringsøkonom (Valgfagskatalog)

Indhold

1. Indledning	2
2. Lokale fagelementer udbudt som valgfag	2
2.1 Hands-on Digital Markedsføring (Roskilde)	2
2.2 Entreprenørskab (Roskilde)	4
2.3 AI Marketing (Roskilde).....	5
2.4 Digital ledelse og digitale trends (Blended learning/online)	7
2.5 Digital ledelse og den datadrevne virksomhed (Blended learning/online).....	8
2.6 Servicedesign, Digital eller Analog (Roskilde)	10
3. Prøver i valgfag.....	11
3.1 Prøve i Hands-on Digital Markedsføring.....	11
3.2 Prøve i Entreprenørskab.....	12
3.3 Prøve i AI Marketing	13
3.4 Prøve i Digital ledelse og digitale trends.....	14
3.5 Prøve i Digital ledelse og den datadrevne virksomhed.....	15
3.6 Prøve i Servicedesign, Digital eller Analog.....	16
4. Ikrafttrædelse	16

1. Indledning

Denne del af studieordningen skal læses i sammenhæng med den nationale del af studieordningen (samt tilhørende uddannelsesbilag) og den lokale del af studieordningen. Den nationale del af studieordningen er fælles for alle udbydere af uddannelsen, mens den lokale del af studieordningen samt dette valgfagskatalog er fastsat af Zealand - Sjællands Erhvervsakademi.

2. Lokale fagelementer udbudt som valgfag

Valgfag skal udgøre i alt 20 af uddannelsens samlede antal ECTS. Der kan vælges mellem 6 valgfag, som er beskrevet yderligere i det følgende. Der skal vælges 2 valgfag i alt.

Du bedes sikre dig, hvordan valgfaget udbydes: Fysisk i Roskilde eller online (Blended Learning).

Valgfagene vil blive oprettet, såfremt der er nok tilmeldinger. Hvis det valgfag man har valgt ikke bliver oprettet, så flyttes man til et valgfag hvor der er plads.

2.1 Hands-on Digital Markedsføring (Roskilde)

Valgfagsansvarlig: Charlotte Torp Jensen (chje@zealand.dk)

Indhold:

Valgfaget tager udgangspunkt i, at du får viden, færdigheder og kompetencer inden for planlægning, håndtering og udarbejdelse af virksomhedens hjemmeside og tilknyttet søgemaskineoptimering og –annoncering med udgangspunkt i forståelse af virksomhedens strategiske afsæt og målgruppens digitale kunderejse.

Du vil bl.a. arbejde med (og der vil være opgaver inden for områderne som skal fremgå på din hjemmeside):

- Udarbejde egen personlig hjemmeside (Word Press)
- UX (User eXperience)
- LinkedIn og Personlig branding
- Søgemaskineoptimering (SEO) udvidet
- ChatGPT + AI værktøjer til brug i udarbejdelsen af content/seo optimering.
- Digital reklame og annoncering (SEM)
- Inbound marketing /
- Content marketing (blogs)
- Podcast og audiogram
- Mobilvideo
- Digital jura

Valgfagets forløb: Det er et værkstedsfag, hvor I arbejder med praksis/hands-on opgaver i undervisningen, og der forventes derfor fremmøde/deltagelse i undervisningen. Der inviteres

gæsteundervisere ind undervejs i forløbet og vi har besøg af virksomheder fra erhvervet, der giver indblik i, hvordan området bevæger sig og bruges i praksis. Du arbejder med hands-on opgaver, hvor du selv skal udarbejde løsninger i nye værktøjer, og som du får forskellige typer af feedback på. Opgaverne du udarbejder undervejs i forløbet er din portfolio der bliver indholdet på din hjemmeside og er dem du går til eksamen i jf. prøve i valgfaget hands-on digital markedsføring

Læringsmål:

Viden

Den studerende har viden om:

- Centrale digitale marketingbegreber samt markedsføringsfunktionens typiske rolle i forhold til virksomhedens digitale markedsføring.
- Den digitale strategis betydning og relevans.
- Forskellige metoder til digital markedsføring.
- Grundlæggende lovgivning om håndtering af data, billeder og permissions.
- Præsentation af fagligt materiale.
- Brugen af data som en del af den optimale digitalisering i organisationen.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Anvende digitale marketingbegreber, modeller og teorier med henblik på at vurdere potentialet for salg af virksomhedens ydelser og produkter online.
- Vurdere hvilke former for content er relevant ift. strategi
- Vurdere UX og komme med forslag til forbedring af brugervenligheden.
- Vurdere virksomhedens placering i søgemaskiner og stille forslag til indsatsområder.
- Vurdere og begrunde behov samt udarbejde annonce- og reklamekampagner i digitale medier.
- Formidle praksisnære problemstillinger og løsningsmodeller til samarbejdspartnere og brugere Anvende digitale værktøjer til standard content management (CMS).
- Anvende AI i udarbejdelsen af SEO analyse og contentudarbejdelse
- Vurdere om markedsføringen er i tråd med lovgivningen.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Udarbejde en hjemmeside.
- Gøre brug af diverse udvalgte digitale værktøjer.
- Udarbejde en podcast og audiogram
- Udarbejde mobilvideo til brug i markedsføringen
- Deltage og bidrage i faglige teams i arbejdet med virksomhedens digitale markedsføring og kommunikation.
- Analysere, planlægge og gennemføre opgaver i forbindelse med digital markedsføring.
- Håndtere udvikling af den digitale strategi med udgangspunkt i virksomhedens situation og relevante interesser.

- Komme med forslag til, hvordan SEO bruges som en del af virksomhedens markedsføringsstrategi.

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.2 Entreprenørskab (Roskilde)

Valgfagsansvarlig: Morten Baltzersen (moba@zealand.dk)

Indhold:

Entreprenørskab vil være et intensivt & praksisnært forløb, hvor den studerende individuelt og i grupper lærer at finde og udvikle en innovativ idé, som skal bygges op omkring en attraktiv forretningsmodel. I vil teste og udvikle ideen i løbet af forløbet i grupper efter en Lean Startup tilgang til emnet. Din idé kan have økonomisk, kulturel, social eller samfundsmæssig værdi.

De fleste studerende har ingen idéer forud for kurset, men lykkes alligevel med at udvikle en idé i løbet af kurset. Kurset starter med at lægge vægt på at finde, forstå og beskrive en smerte (et problem), der giver dig mulighed for idégenerering. Du vil opdage, at dette kursus handler meget om at anvende din viden, færdigheder og kompetencer fra Markedsføringsøkonomuddannelsen i et entreprenant projekt.

Du vil blive trænet i at lære at pitche (sælge) din idé foran mindre og større grupper. Dit gruppeprojektforløb vil indeholde en præsentationssession. Her vil vi have eksterne innovatører/iværksættere, med masser af erfaring indenfor innovation & entreprenørskab, der vil give den studerende og gruppen konstruktiv feedback.

En anderledes afslutning end normalt, men en meget positiv oplevelse for alle studerende.

Du vil bruge meget tid på at arbejde i din gruppe med at udvikle dit idéprojekt. Underviserne vil fungere som coaches i dit projekt. Entreprenørskab er et valgfag, hvor du vil få en masse feedback fra dine passionerede undervisere. Du skal være forberedt på et intensivt forløb med en vis arbejdsbyrde, men hvor du samtidig får en stor lærerig oplevelse.

Læringsmål:*Viden*

Den studerende har viden om:

- De vigtigste elementer i Lean Startup-teori
- De vigtigste elementer i Effektuations-teori
- Forskellige forretningsmodeller
- Forskellige metoder til kreativitet og idéudvikling
- Forskellige former for innovation i virksomheder

- Præsentationsteknik
- Finansielle muligheder som en "Startup" i Danmark

Færdigheder

Den studerende kan:

- Udvikle sit eget netværkskort & bruge/vurdere det som en vigtig støttekilde i udviklingen af en idé
- Formidle faglige problemer og løsningsmodeller, præsentere resultater for stipendiater, partnere og brugere
- Bruge udviklingsværktøjer indenfor innovation (divergent og konvergent tænkning)
- Anvende og vurdere forskellige metoder til at teste et problem/behov, en idé, en forretningsmodel
- Udvikle og vurdere værdien af forskellige prototyper
- Udvikle og vurdere en forretningsmodel bag en idé
- Udvikle og vurdere et budget for en opstart af et projekt/virksomhed
- Kommunikere en idé foran få mennesker, dit netværk eller et publikum (pitch)

Kompetencer

Den studerende kan:

- Arbejde med test af markedspotentiale af en forretningsidé/produkt/koncept
- Deltage i tværfaglige teams i forbindelse med innovation
- Analysere, planlægge og implementere et projekt, der udvikler en innovativ idé
- Samarbejde med et team og tage ansvar for at igangsætte, organisere, planlægge og implementere et værdiskabende projekt og reflektere over sammenhænge mellem ressourcer, relationer, proces og resultater

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.3 AI Marketing (Roskilde)

Valgfagsansvarlige: Faisal Attazgharti (faat@zealand.dk) & Ibrahim Sleiman (ibsl@zealand.dk)

Indhold:

AI Marketing er et valgfag, der fokuserer på anvendelsen af kunstig intelligens (AI) i markedsføring. Vi lever i en digital tidsalder, hvor kundernes adfærd er i konstant forandring, derfor bør virksomheder tilpasse sig de nye muligheder og teknologier for at forblive konkurrencedygtige.

I dette valgfag dykker vi ned i spændende teknologier og værktøjer, der tager markedsføring til helt nye højder, og klæder den studerende på til en verden domineret af AI.

Undervisningen er praksisnær, case-baseret og med fokus på den praktiske anvendelse af AI-teknologier. Arbejdsformen veksler mellem gruppearbejde, faglige diskussioner og oplæg af

eksterne eksperter indenfor AI. Der forventes kontinuerligt fremmøde og aktiv deltagelse af de studerende.

Valgfaget vil afdække relevante AI marketing-værktøjer, så den studerende kan bruge disse i konkrete marketingaktiviteter. Fx til at skabe, tekster, billeder, videoer, logoer mm. De studerende vil ydermere udforske de etiske og juridiske implikationer af AI-marketing - samt udfordringerne og mulighederne i forbindelse med integration af AI i markedsføringsstrategier.

Vi vil bl.a. arbejde med følgende discipliner og værktøjer:

- Implementering af AI strategi i virksomheden
- Chatbots og virtuelle assistenter (Chat GPT4, Bard)
- Generering af billeder/logoer (Dall-e, Midjourney, Firefly, Leonardo)
- Generering af tekster (ChatGPT4, Bard)
- Generering af videoer (Heygen og Invideo.io)
- Etiske og juridiske implikationer af AI Marketing
- Bias i AI Marketing
- Privatliv og datasikkerhed

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Grundlæggende nøglebegreber indenfor AI-teknologier
- Anvendelse af AI i markedsføring
- Hvordan AI kan bruges til at forbedre kunderejsen og kundeoplevelsen
- Forskellige AI-værktøjer og deres funktioner
- Hvordan AI kan forudsige kundernes adfærd
- De etiske og juridiske implikationer af AI Marketing
- Ansvarlig brug af AI-teknolog

Færdigheder

Den studerende kan:

- Identificere og analysere hvor AI kan bruges til at forbedre markedsføringen
- Bruge forskellige AI-værktøjer til at analysere data og identificere mønstre i kunders adfærd
- Anvende AI-værktøjer til at oprette personaliserede marketingkampagner
- Kunne identificere og analysere etiske og juridiske udfordringer
- Identificere, analysere og anvende data i en marketingkontekst

Kompetencer

Den studerende kan:

- Integrere AI-teknologier i marketingprocesser og skabe forretningsværdi
- Udvikle en AI-baseret marketingstrategi ved brug af AI-værktøjer
- Anbefale hvordan AI kan bruges i marketingprocesser og træffe datadrevne beslutninger
- Arbejde med AI i marketing med bevidsthed om de etiske og juridiske aspekter

- Håndtere AI-værktøjer til at automatisere og forbedre marketingsprocesser

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.4 Digital ledelse og digitale trends (Blended learning/online)

Valgfagsansvarlige: Jaweed Agha (jaag@zealand.dk) & Kasper Witzke (kawi@zealand.dk)

Indhold

Valgfaget giver indsigt i de nyeste trends inden for digitalisering (Big data, AI, robotics, Blockchain), herunder hvad de vil betyde for morgendagens virksomheder hvis de skal kunne følge med i det stigende globale konkurrencemiljø. Den teknologiske udvikling har også sat krav til nye måder/metoder for at udøve ledelse, samt kravet om nye digitale kompetencer hos medarbejdere.

Valgfaget sætter med afsæt i kendte ledelsesmodeller fokus på hvordan ledelse kan udføres i et foranderligt miljø og hvordan de er påvirket af den nyeste teknologi.

Hertil introduceres der et ledelsesværktøj (Digital modenhedsmodel) til digitalisering og et kompetenceudviklingsværktøj udarbejdet af EU og med afsæt i en stor mængde data.

Ledelsesværktøjet er tilpasset Danmark og vil blive brugt aktivt i udarbejdelse af portfolio.

Valgfaget er tilpasset **blended studerende og vil foregå online via e-learning og Zoom. Alle Zoom møder foregår i tidsrummet 16-20.**

Valgfaget kan tages uafhængigt af alle andre valgfag, men passer godt sammen med valgfaget

”Digital ledelse og den datadrevne virksomhed”

Arbejdsformen vil bestå af inspiration og undervisning via e-learning forløb og diskussioner og opsamling via Zoom. Det skriftlige arbejde udarbejdes individuelt og indgår i den studerendes portfolio. Vi lægger vægt på at opgaver diskuteres i grupper, hvor grupper diskuterer, reflektere, evaluerer løbende i semestret.

Læringsmål

Viden

Den studerende har:

- Viden om nøglebegreber inden for digitale ledelsesformer.
- Viden om digitale kompetencer
- Grundlæggende viden om digital transformation
- Kendskab til indholdet af digital modenhed

Færdigheder

Den studerende kan:

- Koble sin viden ledelsesbegrebet i relief til digitalisering
- Bruge værktøjer til digital kompetencevurdering
- Anvende sin viden om digital transformation og digital modenhed til at analysere en virksomheds digitale udfordringer/muligheder

Kompetencer

Den studerende kan:

- Tilegne sig kompetencer i spændet mellem ledelse og digitalisering, samt reflektere og diskutere de nye krav teknologien stiller til ledelse.
- Arbejde med digitale kompetenceværktøjer til vurdering af medarbejderes og lederes digitale kompetencer
- Tilegne sig kompetencer til at kunne diskutere og vurdere en virksomheds digitale modenhed.

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.5 Digital ledelse og den datadrevne virksomhed (Blended learning/online)

Valgfagsansvarlige: Jaweed Agha (jaag@zealand.dk) & Kasper Witzke (kawi@zealand.dk)

Indhold:

Udgangspunktet for ledelsesmæssige beslutninger skal dannes på baggrund af den data, der er tilgængelig. Data skaber både muligheder og risici, og det kræver både dyb teknisk viden og et kritisk mindset at analysere kvaliteten og virkningen af disse data. At få mening ud af data er en vigtig tværfaglig udfordring for mange organisationer, virksomheder og statslige instanser, så de kan forstå og hurtigt reagere på forandringer som netop kendetegner den digitale tidsalder vi befinder os i.

Oftest er data ikke tilgængelig eller i bedste fald ufuldstændig. Valgfaget giver indblik i den data, der er mulig at indsamle til bl.a. at træffe vigtige beslutninger om hhv.:

- Marketingstiltag
- Digital modenhed og digitale initiativer
- Digitale kompetencer

I valgfaget vil den studerende også blive introduceret til de udfordringer og muligheder digitalisering skaber for virksomhedens arbejde med strategi, og hvordan digitalisering skaber nye muligheder samt krav til udarbejdelse af en digital strategi.

Valgfaget er tilpasset **blended studerende og vil foregå online via e-learning og Zoom.**

Valgfaget kan tages uafhængigt af alle andre valgfag, men passer godt sammen med valgfaget "Digital ledelse og digitale trends".

Arbejdsformen vil bestå af inspiration og undervisning via e-learning forløb og diskussioner og opsamling via Zoom. Zoom sessions foregår i tidsrummet 16-20. Der lægges op til individuelt arbejde på valgfaget, som vil tage udgangspunkt i cases, herunder mindre opgaver. Dvs. der stilles ikke krav til gruppearbejde, studiegrupper el.lign.

Læringsmål

Viden

Den studerende har viden om:

- Nøglebegreber inden for digitale ledelsesformer.
- Indholdet af en digital strategi.
- Big data.
- Hvordan data kan bruges i ledelsesbeslutninger.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Koble sin viden om data med muligheden for at træffe beslutninger.
- Bruge værktøjer inden for dataanalyse.
- Formidle forslag til, hvordan data kan bruges i beslutningsprocesser, og specifikt kunne anvende digitalt modenhedsværktøj.

Kompetencer

Den studerende kan:

- Koble sin viden om data og dataanalyse til at kunne indgå i arbejdet med at sikre bedre beslutningsgrundlag for en virksomhed.
- Arbejde struktureret med analyse og tolkning af data som kan bruges i en virksomhedskontekst til at træffe beslutninger.
- Indgå i diskussion og vurdering af virksomhedens digitale modenhed

ECTS-omfang:

10 ECTS

2.6 Servicedesign, Digital eller Analog (Roskilde)

Valgfagsansvarlig: Helle Thomsen (heth@zealand.dk)

Indhold:

Servicedesign handler om at designe løsninger, der er attraktive for brugerne, effektive for organisationen og anderledes i forhold til konkurrenterne på en og samme tid.

Hvad er service? Vil man arbejde med servicedesign, må man have en dyb forståelse for service og design. I dette valgfag vil vi gennemgå seks centrale elementer, der kan indgå i og spille forskellige roller i forbindelse med en serviceydelse: mennesker, teknologi, tid, kommunikation, produkter og omgivelser.

Du kommer i praksis til at arbejde med nogle små udvalgte detailbutikker i Region Sjælland, hvor I får mulighed for at teste en hypotese af, om disse arbejder bevidst og målrettet med servicedesign eller ej. Dette betyder, at I skal ud på feltarbejde i de udvalgte butikker. Og observere og interviewe dem om, hvad sker i butikken.

Læringsmål:

Viden

Den studerende har viden om:

- Definition af service
- Co-creation eller samskabelse
- Antropologi og sociokulturelle forhold
- Teknologi i detailhandlen
- Designdefinitioner, design der skaber værdi, udvalgte designmodeller
- Problemløsning og idégenerering/innovation
- Research om, hvordan observation og interview gennemføres.

Færdigheder

Den studerende kan:

- Arbejde med koncept- og sortimentsstyring
- Analysere og forholde sig til trends i detailhandlen
- Arbejde med adfærdsdesign – eller "nudging"

Kompetencer

Den studerende kan:

- Arbejde med servicedesign, set udefra og ind i organisationen og anvende service Blueprint til at skabe overblik, front - og backstage
- Designe bedre – attraktive, effektive og anderledes – serviceydelser
- Arbejde med forventningspyramiden (Suspense, Surprise, Satisfaction, Sacrifice)

ECTS-omfang:

10 ECTS

3. Prøver i valgfag

Formålet med prøver i uddannelsens fagelementer er at dokumentere, i hvilken grad den studerende opfylder de faglige mål, der er fastsat af uddannelsen og dens elementer. Alle prøver skal bestås med mindst karakteren 02. Den studerende har ret til 3 forsøg pr. prøve. Beståede prøver kan ikke tages om. Det er den studerendes ansvar at sætte sig ind i og overholde Erhvervsakademiets regler for afholdelse af prøver se også link til gældende regler:

<https://www.zealand.dk/docs/Eksamensregler.pdf>.

Begyndelse på et uddannelseselement, semester mv. er samtidig tilmelding til de tilhørende prøver.

3.1 Prøve i Hands-on Digital Markedsføring

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Der afleveres link til din personlige hjemmeside i Wiseflow 10 dage før eksamen.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøveforsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Mundtligt prøve med udgangspunkt i digitalt produkt. Prøven er individuel og varer 30 minutter inkl. votering. Hjælpe midler er tilladt. Prøven omfatter:

- 1) Præsentation af din hjemmeside med indhold du har udarbejdet i undervisningen (forskellige funktionaliteter, diverse opgaver og refleksioner udarbejdet i undervisningen jf. udleveret liste på valgfaget).
- 2) Du trækker dertil en WordPress funktionalitet, som du præsenterer.
- 3) Du trækker ydermere også et digitalt emne fra din portfolio, som du dertil også præsenterer

Formkrav:

Ingen

Bedømmelseskriterier:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præsentation.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Om- og sygeprøve:

Krav om link til hjemmeside (samme hjemmeside som i den ordinære eksamen), der afleveres i Wiseflow, der er adgangskrav til den mundtlige prøve. Den mundtlige prøve foregår på samme måde som den ordinære prøve.

3.2 Prøve i Entreprenørskab**Forudsætninger for deltagelse i den mundtlige prøve:**

Udarbejdelse og aflevering af portfolio i Wiseflow 10 dage før den mundtlige prøve.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøvoforsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig prøve på 30 minutter (inkl. votering), der tager udgangspunkt i den afleverede portfolio af forskellige arbejdsopgaver under forløbet. Ved prøven skal du præsentere en del af din portfolio og dine erfaringer fra den. Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

En komplet portfolio vil bestå af:

- en gruppesynopsis (3 normalsider)
- 10-30 normalsider der dækker forskellige obligatoriske opgaver til et iværksætterprojekt
- et individuelt 2-3 normalsiders refleksionsoplæg om læring fra kurset
- et par individuelle opgaver (5-10 normalsider) fra kurset.

1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusivt forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig opgavebesvarelse ikke opfylder formalia (fastsat i Studieordningen), kan bedømmerne afvise opgavebesvarelsen. Hvis opgavebesvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og den studerende har brugt et prøvoforsøg.

Bedømmelseskriterier:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præsentation.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Om- og sygeprøve:

Som ordinær prøve. Hvis en tidligere prøve ikke er bestået, kan den studerende redigere i det skriftlige arbejde.

3.3 Prøve i AI Marketing**Forudsætninger for deltagelse i prøve:**

Udarbejdelse og aflevering af individuel portfolio og refleksionspapir i et samlet skriftligt materiale. Aflevering skal ske i Wiseflow 10 dage før afholdelse af den mundtlige prøve.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøveforsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig prøve (30 minutters varighed inkl. votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio. Hjælpemidler er tilladt.

Formkrav:

Omfanget af portfolio og refleksionspapir må maksimalt være 15 normalsider. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusive forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig opgavebesvarelse ikke opfylder formalia (fastsat i studieordningen), kan bedømmerne afvise opgavebesvarelsen. Hvis opgavebesvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og den studerende har brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præsentation. Den studerende vil blive testet i viden og teori omkring AI-teknologier, evnen til at analysere og reflektere over AI-teknologier i markedsføringsøjemed, samt at integrere, udvikle og anvende AI i markedsføring.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning.

ECTS-omfang:

10 ECTS

Om- og sygeprøve:

Som ordinær prøve. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis omprøven skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.4 Prøve i Digital ledelse og digitale trends

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Aflevering af portfolio samt refleksionspapir som den studerende har udarbejdet løbende i semestret. Aflevering skal ske i Wiseflow 10 dage før den mundtlige prøve.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøveforsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig prøve (30 minutter inkl. Votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio. Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

Omfanget af portfolio og refleksionspapir må maksimalt være 10 normalsider. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusive forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig opgavebesvarelse ikke opfylder formalia (fastsat i Studieordningen), kan bedømmerne afvise opgavebesvarelsen. Hvis opgavebesvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og den studerende har brugt et prøveforsøg.

Bedømmelseskriterier:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Den studerende vil blive testet i viden og teori omkring digitale trends og digital ledelse, evnen til at reflektere over ledelsesmæssige udfordringer ved digitalisering, samt evnen til at anvende digital kompetence værktøjer til vurdering af virksomhedens digitale kompetencer.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Om og sygeprøve:

Som ordinær prøve. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis omprøven skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.5 Prøve i Digital ledelse og den datadrevne virksomhed

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Aflevering af portfolio og refleksionspapir som den studerende har udarbejdet løbende i semestret. Aflevering skal ske i Wiseflow senest 10 dage før den mundtlige prøve.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøvoforsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig prøve (30 minutters varighed inkl. votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio. Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

Omfanget af portfolio og refleksionspapir må maksimalt være 10 normalsider. 1 normalside udgøres af 2400 anslag inklusive mellemrum. Omfanget er eksklusive forside og indholdsfortegnelse.

Hvis en skriftlig opgavebesvarelse ikke opfylder formalia (fastsat i Studieordningen), kan bedømmerne afvise opgavebesvarelsen. Hvis opgavebesvarelsen afvises, skal der ikke gives en bedømmelse, og den studerende har brugt et prøvoforsøg.

Bedømmelseskriterier:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præstation. Den studerende vil blive testet i viden og teori omkring data og digital ledelse, evnen til at reflektere over ledelsesmæssige udfordringer ved digitalisering, samt at anvende digitalt modenhedsværktøj til vurdering af virksomhedens modenhed.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning

ECTS-omfang:

10 ECTS

Om og sygeprøve:

Som ordinær prøve. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis omprøven skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

3.6 Prøve I Servicedesign, Digital eller Analog

Forudsætninger for deltagelse i prøven:

Der vil være en række mindre portfolio opgaver (individuelle og gruppeopgaver), som er obligatoriske at udføre og aflevere for at blive indstillet til prøven. Afleveringerne sker i Wiseflow 10 dage inden den mundtlige prøve.

Manglende opfyldelse af forudsætninger betyder, at den studerende ikke kan deltage i prøven, og der er brugt et prøveforsøg.

Prøvens tilrettelæggelse og indhold:

Individuel mundtlig prøve (30 minutter inkl. votering) med udgangspunkt i skriftlig portfolio. Der trækkes to forskellige emner fra den afleverede portfolio opgave, som skal præsenteres. Der er maksimalt 8 minutter til dette (4 minutter til hvert emne).

Hjælpe midler er tilladt.

Formkrav:

Ingen

Bedømmelseskriterier:

Intern censur med bedømmelse efter 7-trinsskalaen og baseret på opfyldelse af fagets læringsmål. Bedømmelsen er en helhedsvurdering af det skriftlige arbejde og den mundtlige præsentation.

Tidsmæssig placering:

Ved valgfagets afslutning.

ECTS-omfang:

10 ECTS

Om- og sygeprøve:

Som ordinær prøve. Den studerende har mulighed for at redigere det skriftlige projekt, hvis omprøven skyldes at tidligere forsøg ikke er bestået.

For regler i forbindelse med prøver, bl.a. syge- og omprøver, eksamenssnyd og plagiering, klager og anker samt andre regler for uddannelsen, henvises til den lokale del af studieordningen.

4. Ikrafttrædelse

Valgfagskataloget er gældende for studerende, der skal vælge valgfag for foråret 2025.